

RINGKASAN PENELITIAN

Judul Penelitian : HUBUNGAN INTENSITAS MELIHAT IKLAN PERINGATAN BAHAYA MEROKOK DENGAN PERILAKU MEROKOK MASYARAKAT

Ketua Peneliti : Son Haji

Anggota Peneliti : Henri Subiakto; Suko Widodo
Liestiangingsih D.; Sudarso.

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Airlangga

Sumber biaya : DIP Operasi dan Perawatan Fasilitas
Universitas Airlangga tahun 1993/1994
S.K. Rektor Nomor: 3533/PT03.H/N/1993
Tanggal : 7 Mei 1993

Penelitian ini bermula dari adanya masalah berupa pertanyaan: apakah ada hubungan yang signifikan antara intensitas melihat iklan peringatan bahaya merokok dengan perilaku merokok masyarakat? Kemudian, bersumber dari berbagai kajian maka dikemukakan suatu hotesis nol (H_0), bahwa tidak ada hubungan antara intensitas melihat iklan bahaya merokok dengan perilaku merokok masyarakat; dan hipotesis kerja (H_1) yang menyatakan ada hubungan antara intensitas melihat iklan bahaya merokok dan perilaku merokok masyarakat.

Tujuan diadakan penelitian ini untuk mengeksplorasi berbagai ikhwal tentang adanya kemungkinan hubungan antara suatu variabel dengan variabel berupa perilaku merokok masyarakat, sehingga hipotesis dapat terjawab.

Untuk itu dilakukan penelitian dengan metodologi sebagai berikut:

- Sampel diambil dengan metoda snow ball sampling, dan ditarik sebanyak 150 responden.
- Lokasi penelitian adalah empat terminal terbesar di Surabaya/ Sidoarjo yaitu: Purabaya, Joyoboyo, Bratang dan Jembatan Merah.
- Metoda pengumpulan data dilakukan dengan cara mewawancarai responden dengan menggunakan kuesioner.
- Disamping itu juga dikumpulkan data langsung dari pengamatan lapangan.
- Analisis dilakukan dengan mencari koefisien korelasi Product Moment Pearson.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa diterima hipotesis nol (H_0) yaitu: tidak ada hubungan antara intensitas melihat iklan peringatan bahaya merokok dengan perilaku merokok masyarakat. Implikasi dari kesimpulan ini menunjukkan bahwa iklan bahaya merokok yang tertera di setiap kemasan rokok belum menunjukkan efek yang diinginkan berupa perilaku merokok yang lebih sedikit dari waktu ke waktu.

Selanjutnya disarankan: Pembuatan iklan peringatan bahaya merokok perlu dilakukan dengan lebih baik lagi dalam hal pengemasan pesannya, disamping perlu dilakukan dengan gencar karena harus bersaing dengan iklan-iklan dari produsen rokok yang pada intinya menganjurkan masyarakat untuk merokok sebanyak mungkin.